

RAPORT DE ACTIVITATE

Proiect Academia Oamenilor de Știință din România

Cercetări privind falsificarea alimentelor, a practicilor alimentare frauduloase și impactul asupra stării de sănătate a populației.

Dr. Camelia Petrescu

1. Politici nutriționale și alimentare

Energia creatoare a unui popor, starea sa de sănătate, capacitatea de muncă, starea psihică generală depind în mare măsură de realizarea unei alimentații corecte, corespunzătoare necesităților reale ale organismului.

Aceste preocupări pentru menținerea sănătății și creșterea nivelului calitativ al vieții oamenilor prin intermediul unui consum alimentar corespunzător, s-au concretizat abia către mijlocul secolului XX când s-au pus bazele științifice ale politicilor alimentare și nutriționale. Prima afirmație despre necesitatea unor politici alimentare naționale și internaționale apare în Raportul Comitetului pentru Nutriție al Ligii Națiunilor din 1937. Concretizarea practică a acestor politici a început însă abia după anul 1970.

Politicile alimentare și nutriționale reprezintă un ansamblu de norme și măsuri menite să asigure întregii populații o alimentație care să conducă la o stare bună a sănătății individuale și publice.

Politica alimentară vizează în principal:

- asigurarea necesarului total de hrană și evitarea dezechilibrelor de tip "insuficiență" la nivel macroeconomic;
- aprovizionarea cu produse alimentare;
- aspectele legate de calitatea hranei, siguranța alimentară;

- capacitatea de consum a populației, evoluția prețurilor, puterea de cumpărare etc.

Principalele instrumente de **politică alimentară** sunt subvențiile la consumator pentru asigurarea accesului la hrană a populației cu venituri reduse și măsurile de protecție a consumatorilor. Protecția consumatorilor se asigură pe baza elaborării și respectării standardelor pentru alimentele existente în comerțul național și internațional, care cuprind criterii obligatorii privind calitatea, valoarea nutritivă, puritatea etc.

Există tendința apropierei standardelor naționale de cele internaționale și de ratificare a înțelegerilor din comerțul internațional cu produse alimentare, menite să asigure protecția consumatorilor.

Actualizarea legislației privind alimentația populației în funcție de evoluțiile tehnologice, de cerințele protecției sănătății, impune o mare flexibilitate dar și adoptarea regulilor internaționale de către toate țările participante la schimburile de mărfuri alimentare.

Uniunea Europeană are ca obiectiv aplicarea unitară a unor politici alimentare comune; în acest sens, adoptarea **Aquis-ului** comunitar de către toate țările care vor adera cuprinde numeroase reglementări în domeniul agroalimentar.

Politica nutrițională este orientată spre aspecte precum:

- asigurarea echilibrului dintre cerințele fiziologice de hrană și aportul real pentru satisfacerea lor;
- protecția și educarea consumatorilor pentru formarea unei conduite alimentare sănătoase.

Politicile nutriționale sunt strâns legate de cele alimentare, de veniturile populației, de prețurile produselor etc. și au la bază norme privind nutrienții (proteine, glucide, lipide, vitamine, minerale etc.) necesari pentru menținerea sănătății omului.

Politicile nutriționale diferă pe țări și regiuni ale lumii, în funcție de nivelul de dezvoltare economică, de climă, de resursele locale, de modelele istorice de consum etc. În ultimele decenii a crescut puternic preocuparea pentru alimentația ecologică (ecoproduse alimentare), bazată pe materii prime provenite din exploatațiile agricole care produc în sisteme de agricultură ecologică (biologică). De asemenea, au crescut preocupările pentru folosirea tehnologiilor de prelucrare ecologică, pentru depozitarea, transportul și distribuția alimentelor cu respectarea regulilor de nutriție sănătoasă.

Adaptarea legislației alimentare la progresele realizate de știința și tehnica mondială este o preocupare majoră a Uniunii Europene în procesul de gestiune a piețelor agricole. Nivelul ridicat de protecție a sănătății se bazează pe intervenții rapide, menite să elimine riscurile îmbolnăvirilor și pe o legislație severă.

Pe plan mondial, transpunerea în practică a politicilor alimentare și nutriționale constituie obiectul preocupărilor ONU prin organismele sale specializate în domeniu, FAO și OMS.

Organizația pentru Agricultură și Alimentație (FAO - Food and Agricultural Organization) înființată în 1945, cu sediul la Roma), își ghidează activitatea pe două principii: ameliorarea nutriției trebuie să devină un obiectiv esențial al dezvoltării rurale; dezvoltarea economică și socială trebuie măsurată în termeni de ameliorare nutrițională. Consiliul mondial al alimentației coordonează activitățile tuturor instituțiilor din sistemul ONU referitoare la producția de hrană, rezerve alimentare, comerț alimentar internațional. Comisia mixtă FAO/OMS, Codex Alimentarius se ocupă de elaborarea normelor și recomandărilor privind relația aliment/sănătatea consumatorilor.

FAO veghează asupra situației alimentare mondiale, implicându-se în analiza structurii consumului și ofertei alimentare, în trierea problemelor și stabilirea priorităților, precum și în identificarea categoriilor vulnerabile care necesită măsuri de urgență.

Organizația Mondială a Sănătății (OMS - Organization Mondiale de la Sante), înființată în 1946, cu sediul la Geneva, are ca scop "îmbunătățirea stării de sănătate a lumii". În ultimele două decenii între FAO și OMS a existat o colaborare fructuoasă concretizată într-un ansamblu de măsuri în sfera alimentației și nutriției umane.

Aceste preocupări pentru o alimentație sănătoasă trebuie să se regăsească în politicile alimentare și nutriționale ale fiecărei națiuni. Fiecare țară trebuie să adapteze, fundamenteze și aplice aceste politici în funcție de specificul alimentar național, de resursele alimentare proprii și atrase, de starea de sănătate a populației, de gradul de educație al consumatorilor [1].

Mărfurile alimentare în economia modernă

Deoarece alimentația constituie o condiție a existenței umane, cererea de produse alimentare este practic continuă dar variabilă din punct de vedere cantitativ, calitativ și sortimental.

Cererea de produse alimentare este determinată de anumiți factori precum:

- necesarul obiectiv de nutriție al populației (cerințe reale, explicit exprimate);
- cerințe subiective, care variază în funcție de obiceiuri alimentare, religie, tradiții (inclusiv plăcerea, curiozitatea);
- acestea prezintă o importanță aparte, necesitând o bună cunoaștere a lor de către producători și comercianți;

- aspecte economice (îndeosebi puterea de cumpărare și respectiv de consum).

În cazul mărfurilor alimentare corelarea cererii cu oferta constituie un obiectiv al politicii la nivel național. Cu toate acestea, raportat la producția internă a unei țări, oferta de mărfuri alimentare nu este în perfect echilibru cu cererea de consum alimentar (din punct de vedere cantitativ, calitativ sau sortimental), rezultând de regulă un deficit sau un excedent, ceea ce impune importul sau exportul de produse alimentare.

O altă caracteristică a pieței mărfurilor alimentare este aceea că în ultimele decenii a avut loc o adevărată explozie sortimentală. Au apărut produse noi (îndeosebi semifabricate și produse finite, dar și materii prime cum sunt de exemplu aditivii) înglobând tehnologii moderne atât de producere și prelucrare (cu efecte nutritive modificate) cât și de prezentare.

Așadar, mărfurile alimentare moderne se caracterizează printr-un grad înalt de prelucrare, încorporând un volum din ce în ce mai mare de progres tehnico-științific. De asemenea, marfa alimentară modernă este într-o tot mai mare măsură un **sistem bicomponent: produs+ambalaj**, sistem în care cele două componente se intercondiționează reciproc; în țările dezvoltate produsele finite circulă ca sistem bicomponent în proporție de peste 90% și numai materiile prime circulă în vrac sau semivrac, ca produs propriu-zis.

De menționat și faptul că, marfa alimentară modernă tinde tot mai mult să înglobeze și anumite servicii (ex. servirea alimentelor la restaurant). De asemenea, succesul produselor alimentare pe piață este asigurat și de diferențierea eficientă a ofertei. Deși aparent dificil, acest lucru, poate fi realizat prin personalizarea mai pronunțată a produselor ca sortiment, ingrediente, calitate, cantitate (dozarea cantităților pentru consum zilnic, familial etc.), proprietăți, ambalaj, servicii care însoțesc produsul etc.

Așadar, comerțul cu mărfuri alimentare se află sub influența mai multor factori determinanți, dintre care menționăm:

- disponibilitatea resurselor agro-alimentare (inclusiv fluxuri comerciale internaționale);
- ridicarea gradului de prelucrare a alimentelor, determinată de industrializarea producției alimentare și apariția unor noi forme de distribuție și consum (ex. catering, semipreparate);
- politicile sectoriale și nutrițional-alimentare promovate la nivel național/internațional: adaptarea la exigențele protecției consumatorului (îndeosebi în ceea ce privește siguranța alimentară);
- progresul tehnico-științific în domeniile implicate în producerea și comercializarea mărfurilor alimentare.

Toate aceste aspecte impun o abordare managerială complexă, specifică domeniului agro-alimentar.

Protecția consumatorului de produse alimentare

În cadrul politicilor de **protecție socială** promovate de fiecare stat, politica privind consumatorul trebuie considerată ca fiind o componentă de sine stătătoare, cu obiective, priorități și instrumente proprii, bine integrată celorlalte politici ale statului.

Consumatorul, ca suveran al pieței și purtător al cererii de mărfuri, are un rol definitoriu în crearea mecanismelor de piață, constituind elementul de referință al tuturor acțiunilor întreprinse de către producători și comercianți.

Ca latură importantă a politicii sociale care trebuie promovată de o societate democratică și totodată ca o componentă de bază a programelor de protecție socială, protecția consumatorului reprezintă "un ansamblu de dispoziții privind inițiativa publică sau privată, destinat a asigura și a ameliora continuu respectarea intereselor consumatorilor".

Potrivit unor opinii, în economie democrația se traduce prin asigurarea **drepturilor consumatorilor**, respectiv posibilitatea lor de a alege dintre diferitele mărfuri, organizarea în uniuni de apărare a intereselor proprii, precum și dreptul de a intenta procese acelor furnizori de mărfuri și servicii care nu le satisfac în mod corespunzător trebuințele sau le provoacă daune [2].

Primul și cel mai important document în care au fost conturate drepturile fundamentale ale consumatorilor îl constituie "**Carta drepturilor consumatorilor**" definită de președintele american J.F. Kennedy în martie 1962. Carta structurează multipla problematică legată de protecția consumatorilor pe patru domenii (drepturi) fundamentale:

- Dreptul fiecărui cumpărător la o alegere liberă.
- Dreptul de a fi informat.
- Dreptul la petiție și înțelegere.
- Dreptul la protecție.

Această structurare a problematicii aferente protecției consumatorului a servit ca model de referință la elaborarea legilor specifice în domeniu atât în SUA cât și în alte țări sau grupări regionale de pe continentul american sau european. În anul 1973, Consiliul Europei a adoptat Carta pentru protecția consumatorilor care promovează o politică activă de asistență, de reparare a daunelor și prejudiciilor, informare, educare și reprezentare a consumatorilor.

Protecția consumatorului a devenit o problemă de anvergură mondială, mai ales după aprilie 1985, când Adunarea Generală a ONU a adoptat prin Rezoluția 39/248 "**Principiile directoare pentru protecția consumatorului**". Acest document recomandă guvernelor:

- elaborarea și aplicarea de standarde cu privire la siguranța și calitatea bunurilor de consum, inclusiv în ceea ce privește publicitatea, condițiile de testare și certificare a siguranței, calității și performanțelor principalelor bunuri de consum;
- educarea și informarea consumatorului: etichetarea cu precizarea tuturor detaliilor necesare consumatorului mod corect de folosire, riscurile asociate produselor);
- elaborarea unui cadru legislativ de protecție și despăgubire a consumatorilor.

Comisia Europeană subliniază ca prioritate maximă a UE protecția sănătății și a siguranței consumatorilor. În acest sens, **Directiva generală pentru securitatea produselor (GPSD)** emisă în anul 1992 și revizuită în octombrie 2001, urmărește îmbunătățirea gradului de supraveghere a pieței, respectiv de monitorizare a siguranței produselor.

Unul dintre obiectivele sale este ca pe fiecare piață să ajungă doar produse sigure pentru consumatori, care să nu le pună în pericol sănătatea sau integritatea corporală. Un alt obiectiv important al directivei este asigurarea unei funcționări corespunzătoare a piețelor interne, în cadrul căreia consumatorul să se simtă în siguranță.

Pentru realizarea acestor obiective, producătorilor le revin următoarele obligații:

- să furnizeze consumatorilor informații despre posibilele riscuri;
- să asigure urmărirea și trasabilitatea produselor pe piață;
- să urmărească retragerea produselor periculoase pentru consumatori;
- să atenționeze consumatorii despre posibile produse periculoase;
- să informeze autoritățile despre existența pe piață a produselor periculoase;
- să coopereze cu autoritățile competente pentru prevenirea riscurilor.

Aceeași directivă menționează și obligațiile distribuitorilor:

- interzicerea furnizării de produse periculoase;
- participarea activă la procesul de monitorizare și de urmărire a produselor pe tot parcursul lanțului de distribuire;
- cooperarea cu producătorii și autoritățile competente pentru prevenirea riscurilor;
- informarea autorităților competente asupra produselor periculoase.

Pornind de la prevederile rezoluției nr. 39/248 din 1985 a Adunării Generale a Organizației Națiunilor Unite, care a aprobat "principiile directoare pentru protecția consumatorului", în România a fost adoptat un sistem unitar de reglementări în acest domeniu, sistem adaptat la condițiile concrete ale economiei românești. Totodată, în adoptarea legislației privind protecția

consumatorilor s-a avut în vedere armonizarea acesteia cu legislația europeană în domeniu. Astfel a fost adoptată Ordonanța Guvernului nr. 21, din 21 august 1992 privind protecția consumatorilor, devenită ulterior lege și care constituie actul normativ de bază în domeniu.

Principalele drepturi ale consumatorilor prevăzute în textul Ordonanței Guvernului nr. 21/1992 (cap. 1, art. 3) sunt:

- de a fi protejați împotriva riscului de a achiziționa un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea să le prejudicieze viața, sănătatea sau securitatea ori să le afecteze drepturile și interesele legitime;
- de a fi informați complet, corect și precis asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor.
- accesul la piețe care asigură o gamă variată de produse și servicii de calitate;
- de a fi despăgubiți pentru prejudiciile generate de calitatea necorespunzătoare a produselor și serviciilor, folosind în acest scop mijloacele prevăzute de lege;
- de a se organiza în asociații pentru protecția consumatorilor, în scopul apărării intereselor lor.

În temeiul Ordonanței Guvernului nr. 21/1992, au fost adoptate și alte acte normative care conferă cadrul legislativ adecvat privind protecția consumatorilor pe diverse problematici și domenii precum: standardizarea și metrologia, calitatea mărfurilor, alimentație publică, comercializarea bunurilor de larg consum.

În ceea ce privește consumatorii de produse alimentare, Comisia Codex Alimentarius (înființată în anul 1962 sub dublu patronaj, FAO /OMS) a elaborat în decembrie 1985 un "**Cod deontologic al comerțului internațional cu bunuri alimentare**".

Principalele obiective ale acestuia sunt protejarea sănătății consumatorilor și asigurarea loialității practicilor folosite în comerțul cu produse alimentare, printr-o serie de reguli deontologice (coduri), standarde și recomandări. În elaborarea acestui cod, Comisia Codex Alimentarius (CCA) a pornit de la câteva premise esențiale:

- alimentație sigură și de calitate este indispensabilă pentru o viață sănătoasă; această cerință se regăsește și în "Declarația Drepturilor Omului" (ONU, 1948): "Orice persoană are dreptul la viață, la libertate, la securitatea persoanei sale. Orice persoană are dreptul la un nivel de trai îndestulător pentru a-și asigura sănătatea și bunăstarea sa și a familiei sale, în special cu privire la alimentație, îmbrăcăminte, locuință, îngrijire medicală, precum și la serviciile sociale necesare."
- mărfurile alimentare reprezintă articole de bază ale comerțului internațional;

- alimentele absorb o parte substanțială a veniturilor, îndeosebi pentru anumite categorii de consumatori;
- numeroase țări nu au încă o legislație alimentară și o infrastructură de control a alimentelor suficient de bine puse la punct pentru a permite împiedicarea pătrunderii de alimente periculoase sau de calitate îndoielnică și o protecție convenabilă a consumatorilor.

Codul stabilește reguli deontologice pentru toți cei ce participă la comerțul alimentar internațional; astfel:

- este interzisă comercializarea produselor alimentare care conțin sau poartă o substanță într-o cantitate considerată toxică sau în orice alt mod periculoasă pentru sănătate, care consistă în întregime sau parțial într-o substanță alterată, descompusă, vătămătoare sau străină, sau în orice alt mod impropriu consumului uman, care sunt falsificate, etichetate sau prezentate într-o manieră falsă, înșelătoare, care sunt vândute ori preparate, ambalate, depozitate sau transportate în condiții neigienice;
- alte prevederi vizează etichetarea produselor, utilizarea aditivilor alimentari, limitarea conținutului în reziduuri de pesticide sau alte substanțe chimice, în contaminanți microbiologici sau de altă natură, iradierea alimentelor etc.;
- se recomandă elaborarea și aplicarea unor norme alimentare naționale specifice;
- se subliniază importanța declarării valorii nutritive reale a produselor alimentare.

Drepturile consumatorului sunt frecvent încălcate, aceste încălcări fiind determinate de o serie de cauze:

- comercializarea de produse care prezintă abateri de la caracteristicile calitative sau care pot pune în pericol viața, sănătatea sau securitatea consumatorilor;
- comercializarea de produse falsificate sau contra făcute;
- păstrarea și depozitarea produselor destinate comercializării în condiții care nu asigură menținerea caracteristicilor de calitate ale acestora;
- comercializarea produselor cu elemente de identificare incomplete;
- prezentarea prin publicitate, în prospecte, cataloage, mass-media, a altor valori ale caracteristicilor produselor sau serviciilor, decât cele reale.

Pentru ca drepturile consumatorilor să nu mai fie încălcate, există protecția consumatorilor.

Protecția consumatorilor, ca fiind o componenta de baza a programelor de protecție sociala, reprezintă un ansamblu de dispoziții privind inițiativa publica sau privată destinate a asigura si ameliora continuu respectarea drepturilor consumatorului.

Așa cum am enumerat mai sus, s-au definit următoarele drepturi ale consumatorilor:

- drepturi la satisfacerea cerințelor esențiale de viață – drepturi la bunuri si servicii care garantează supraviețuirea
- dreptul la siguranță: - dreptul de a fi protejat împotriva produselor, proceselor sau serviciilor care pun în pericol sănătatea sau viață oamenilor.
- dreptul de a fi informat: - dreptul de a avea elemente necesare pentru a lua o decizie, pentru a face o alegere.
- dreptul de a fii protejat împotriva informației, publicității, etichetării sau a altor practice frauduloase, înșelătoare sau false.
- dreptul de a alege: - adică dreptul de a avea acces la o varietate de produse si servicii, la preturi stabilite pe baza concurenței.
- dreptul de a fi ascultat: - se refuza la posibilitatea consumatorilor de a-si exprima nemulțumirile legitime referitoare la bunuri si servicii și la condițiile de cumpărare ale acestora.
- dreptul la despăgubire: - cuprinde dreptul rezolvării echitabile a revendicărilor justificate.
- dreptul la educare: - dreptul de a obține cunoștințele si abilitățile prime care se formează unui consumator informat.
- dreptul la un mediu ambiant sănătos: - dreptul la un mediu natural care sa îmbunătățească ceea ce se definește drept “calitatea vieții”.

Prima etapa in elaborarea legislației in domeniul protecției consumatorilor in Romania a constituit-o ordonanța guvernamentală nr. 21/1992 aprobată prin legea nr. 11/1994 si modificată prin legea nr.178/1998 inspirată din principii directoare ale ONU. Ordonanța guvernamentală nr.21/1992 prezintă drepturi fundamentale ale consumatorilor si asigura cadrul legal in acest domeniu. pe de alta parte, sunt stabilite obligațiile care revin agenților economici, privind calitatea produselor si serviciile destinate comercializării [3].

Încălțările drepturilor consumatorilor

Pentru a concretiza principalele încălțări frecvente ale drepturilor consumatorilor, vom încerca să dăm câteva exemple:

- pentru comercializarea de produse care prezintă abateri de la caracteristicile calitative sau care pot pune în pericol viața: exemplu:

a) o cană din sticlă - mânerul este spart - produs nealimentar

b) conserva cu peste - cu termenul de garanție expirat - produs alimentar

- Sănătatea sau securitatea consumatorilor: exemplu:

a) jucării din tablă care pot duce la rănirea consumatorilor (copii) - produs nealimentar

b) vin - ambalarea necorespunzătoare (în sticle necorespunzătoare) - produs alimentar

- comercializarea de produse falsificate sau contra făcute: exemplu:

a) votca, rom - produs nealimentar

b) ceasurile Rolex (cele chinezești și cele originale) - produs nealimentar

- Păstrarea și depozitarea destinate comercializării în condiții care nu asigură menținerea caracteristicilor de calitate ale acestora: exemplu:

a) carnea de mici - nu este depozitată în vitrină frigorific la temperatura corespunzătoare - produs alimentar

b) bicicleta depozitată în locuri cu umiditate ridicată - produs nealimentar

- comercializarea produselor cu elementele de identificare incompletă: exemplu:

a) eugenii - fără ingredientele trecute pe ambalaj - produs alimentar

b) cuptor cu microunde fără instrucțiuni de folosire trecute pe ambalaj - produs nealimentar

- prezentarea prin publicitate, în prospecte, cataloage, mass media, a altor valori ale caracteristicilor produselor și serviciilor decât cele reale: exemplu:

a) șampon contra căderii părului - produs nealimentar

b) uleiul alimentar "ulei de la bunica" - mass media spune nu are colesterol, dar procentajul de colesterol este mult peste limită.

Aceste încălcări frecvente aparțin cadrului legislativ din România, mai precis acestea sunt pedepsite de lege conform ordonanței guvernamentale nr.21/1992, care prevede, o serie de drepturi pentru consumatori, astfel: atât cana de sticlă cu mânerul spart și conserva de peste cât și jucăriile din tablă și neambalarea corespunzătoare a vinului încalcă dreptul consumatorului de a fi protejat împotriva riscului de a achiziționa produse care pot pune viața, sănătatea și securitatea în pericol. Cana din sticlă cu mânerul spart este o încălcare cuprinsă și de directiva 85/374/CEE privind răspunderea juridică față de produsele defecte (producătorul poartă

responsabilitatea pentru daunele aduse consumatorului cauzate de produsele defecte) si de directiva 92/59/CEE privind securitatea generala a produselor.

Eugeniile fără ingredientele trecute pe ambalaj, cuptorul cu microunde fără instrucțiuni de folosire, șamponul contra căderii parului fără efecte si uleiul “bunica” cu procentajul de colesterol peste limita sunt încălcări cuprinse tot în ordonanța guvernamentală 21/1992, și nu respectă dreptul consumatorilor de a fii informat complet, corect și precis asupra caracteristicilor esențiale ale produselor si serviciilor, astfel încât decizia pe care o adopta in legătură cu acestea sa corespunda cat mai bine nevoilor lor de consumatori.

Pentru ca aceste drepturi să fie protejate, iar încălcările să fie pedepsite, trebuie să existe o asociație care să se ocupe numai de binele consumatorilor.

În România principalul organism guvernamental cu rol în protecția consumatorului este Oficiul pentru Protecția Consumatorilor (O.P.C.) obiectivul său principal îl reprezintă realitatea politicii guvernamentale în domeniul protecției vieții, sănătății, securității și intereselor legitime ale consumatorilor, asigurând:

- a) urmărirea respectării dispozițiilor legale referitoare la protecția consumatorilor, calitatea produselor si serviciilor;
- b) verificarea respectării standardelor lor obligatorii de către agenții economici;
- c) legalitatea si utilizarea corectă a mijloacelor de măsurare;
- d) constatarea unor contravenții si aplicarea de amenzi;
- e) desfășurarea unor activități de informare, consiliere si educare a consumatorilor;

Supravegherea pe piață a produselor si serviciilor de către O.P.C. se realizează în două moduri:

- prin inspecții periodice inopinante.
- ca urmare a unor sesizări și reclamații din partea consumatorilor.

Pentru ca O.P.C. să aibă o eficiență cat mai ridicată, ar trebui să distribuie inspecțiilor periodice și inopinante un număr mai mare de inspectori însoțite de gardieni publici în cazul unor revolte din partea agenților economici să numai încalce drepturile consumatorilor ar trebui să elaboreze legi mult mai stricte si mult mai severe.

Consumatorul – consumator responsabil

Consumatorul este persoana care dobândește, consumă sau utilizează diferite bunuri sau servicii puse pe piață de către diferiți agenți economici.

În fiecare zi suntem tentați să consumăm. Cumpărăm diferite produse pentru că avem nevoie, pentru că ne place sau pur și simplu pentru propria noastră satisfacție sufletească.

Un consumator responsabil trebuie să aibă în vedere următoarele aspecte:

- se informează cu privire la caracteristicile esențiale ale produselor și serviciilor oferite pe piață, prin citirea elementelor de identificare și caracterizare a acestora, înscrise la vedere, pe etichetă, ambalaj, carte tehnică sau instrucțiuni de utilizare ale produsului;
- înainte de a cumpăra trebuie să cunoască următoarele informații referitor la produs și/sau serviciu: denumirea produsului, denumirea și/său marca producătorului, adresă producătorului, cantitatea și, după caz, termenul de garanție, de valabilitate sau data durabilității minimale, principalele riscuri previzibile, modul de utilizare, manipulare, depozitare, conservare sau păstrare, despre contraindicații, precum și despre valoarea nutritivă la produsele alimentare preambalate și despre țara producătoare, în cazul produselor din import;
- categoria calitativă a serviciului, timpul de realizare, termenul de garanție, tariful, riscurile previzibile și, după caz, declarația de conformitate;
- prevederile contractului de vânzare – cumpărare, inclusiv cele privind caracteristicile calitative și condițiile de garanție;
- indicarea exactă a prețurilor sau tarifelor, precum și stabilirea cu exactitate a condițiilor de credit și a dobânzilor.

Protecția consumatorilor înglobează mai multe seturi de activități specializate, care au ca scop apărarea și conservarea integrității bio-psiho-sociale a persoanei, în calitate de utilizator al bunurilor și serviciilor distribuite sau comercializate prin intermediul rețelelor publice de ofertă socială, sau prin piața națională. Aceste seturi de activități trebuie structurate pornind de la filosofia asigurării unei dezvoltări umane armonioase, prin aplicarea politicilor de protejare a consumatorilor față de incidența unor pericole ce pot afecta sănătatea, siguranța, sau bunăstarea economică și socială a acestora.

Protecția juridică a consumatorilor este asigurată prin dreptul consumatorilor de a introduce acțiuni în justiție împotriva acelor agenți economici care le prejudiciază drepturile și interesele consumatorilor. Dreptul românesc, ca și cel european, prevede și o serie de sancțiuni ce se aplică în cazul incidenței, din vina agenților economici, a unor evenimente ce afectează viața sau sănătatea oamenilor, sau a mediului ecologic.

Costurile protecției consumatorilor cad în răspunderea producătorilor de bunuri, prestatorilor de servicii sau, după caz, importatorilor și vânzătorilor. Pentru eliminarea riscurilor, producătorii, importatorii sau vânzătorii au obligația de a comercializa numai

produse certificate, omologate, sau distribuite în condiții specifice de calitate înscrise în contracte. Agenții economici sunt obligați să demonstreze consumatorilor, la cerere, cu ocazia cumpărării, buna funcționare sau calitate a produselor solicitate.

Instituții românești care se ocupă de protecția drepturilor consumatorului sunt:

- Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului.
- Asociațiile pentru protecția consumatorului.
- Comisiile consultative pentru protecția consumatorului.
- Consiliul Interministerial pentru Inspectarea Calității și Armonizarea Reglementărilor Tehnice.
- Comitetul Interministerial pentru Supravegherea Pieței Produselor și Serviciilor și Protecția
- Consumatorilor.
- Alte organisme cu atribuții în domeniu, cum ar fi:
 - *LAREX* membru fondator al Asociației Laboratoarelor Acreditate din România.
 - *SISTEMUL RAPEX*, prin care țările UE evită comercializarea pe teritoriul lor a produselor cu pericol grav și imediat pentru sănătatea și securitatea consumatorilor.
 - *Asociația de Standardizare din România (ASRO)*, care supervizează activitatea privind adoptarea și respectarea standardelor de calitate a bunurilor și serviciilor distribuite pe teritoriul național.

Ziua Mondială a Drepturilor Consumatorilor

15 martie este Ziua Mondială a Drepturilor Consumatorilor, zi care marchează aducerea la cunoștința publică a importanței cunoașterii și protejării drepturilor oamenilor în calitatea lor de consumatori.

Data a fost aleasă ca urmare a discursului ținut la 15 martie 1962 de președintele american John F. Kennedy în care definea pentru prima dată drepturile consumatorului. *"Calitatea de consumator prin definiție ne include pe toți. Ei sunt cel mai mare grup din punct de vedere economic, ce influențează și este afectat de marea majoritate a deciziilor economice publice sau private. Cu toate acestea, sunt singurul grup important a cărui opinii nu sunt auzite foarte des"*, a spus Kennedy în discursul său.

În același context, șeful de stat american a prezentat cele opt principii de bază cu privire la drepturile consumatorului: dreptul la satisfacerea nevoilor de bază, dreptul la protecție, dreptul

de a fi informat, dreptul de a alege, dreptul de a fi auzit, dreptul de a fi despăgubit, dreptul de a fi educat în calitate de consumator și dreptul la un mediu înconjurător nepoluat.

Ziua Mondială a Drepturilor Consumatorilor a fost celebrată pentru prima dată pe 15 martie 1983 și de atunci a devenit o importantă ocazie pentru mobilizarea cetățenilor în privința cunoașterii și protejării drepturilor ce le revin în calitate de consumator. În fiecare an, cu această ocazie este aleasă o temă particulară de discuție în jurul căreia se organizează activitățile caracteristice.

În 15 martie 1962, John Fitzgerald Kennedy, președintele Statelor Unite ale Americii, a trimis o adresă către Congresul S.U.A., în care s-a adresat în mod oficial acestuia pe problema drepturilor consumatorilor, susținând existența a patru drepturi fundamentale: dreptul la securitate, dreptul la informare, dreptul de a fi ascultat, dreptul de a alege liber produse și servicii.

Consumatorul se poate exercita prin intermediul următoarelor drepturi:

- protejarea împotriva riscului de a achiziționa un produs, sau de a i se presta un serviciu care ar putea să îi prejudicieze viața, sănătatea sau securitatea, ori să îi afecteze drepturile și interesele legitime;
- informarea corectă, precisă și complexă asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, astfel încât decizia pe care o adoptă, în legătură cu acestea, să corespundă cât mai bine nevoilor sale, precum și de a fi educat în calitatea lui de consumator;
- dreptul de acces la piețe care îi asigură o gamă variată de produse și servicii de calitate;
- dreptul de despăgubire pentru prejudiciile generate de calitatea necorespunzătoare a produselor și serviciilor, folosind, în acest scop, mijloacele prevăzute de lege;
- dreptul de a iniția organizații pentru protecția consumatorilor, sau a se asocia în acestea, în scopul apărării intereselor sale.

Protecția consumatorului la nivel internațional

Națiunile Unite (ONU) și Organizația Internațională de Standardizare (ISO) au creat standarde internaționale, care au menirea să asigure calitatea și securitatea alimentelor. Aceste standarde asigură o „șablonizare” a anumitor segmente din lanțul tehnologic, asigurând ca produsele obținute să fie conforme unui tipar bine definit, de o calitate „stas” și sigure pentru sănătate.

Standardele ISO de tipul 9001 garantează, suplimentar, calitatea produselor. Produsele firmelor ale căror linii tehnologice de producție au certificare ISO 9001 sunt considerate a fi obținute în condiții controlate. Standardele ISO 9001 nu se aplică numai produselor alimentare,

deși cele mai multe dintre companiile care au certificare ISO 9001 lucrează în domeniul alimentar.

FAO–OMS

Națiunile Unite au creat, în anul 1962, Comisia Codex Alimentarius, ca un grup de lucru mixt FAO-OMS. [FAO= Organizația ONU pentru Alimentație și Agricultură, OMS= Organizația Mondială pentru Sănătate a ONU]. Rolul Comisiei Codex Alimentarius este de a crea un cod alimentar care să asigure securitatea și sănătatea consumatorilor. Standardele Codex se referă la practicile igienice în industria alimentară, pesticide în alimente, aditivi alimentari, contaminanți, etichetare etc.

Standardele Codex nu sunt obligatorii. HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) se referă la controlul factorilor de risc (al hazardelor), care pot influența igiena alimentelor, de-a lungul unui anumit segment din linia tehnologică. Bunurile obținute printr-o linie tehnologică cu certificare HACCP sunt considerate ca fiind produse în condiții igienice. *OECD* „The Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce” – Declarația Ministerială asupra Protecției Consumatorului în contextul Comerțului Electronic, conține liniile orientative de protecție a consumatorilor. Acest document vine în sprijinul guvernelor, reprezentanților consumatorilor și oamenilor de afaceri, în vederea dezvoltării și implementării unui mecanism de protecție online, fără a ridica bariere în calea comerțului.

Educarea și informarea consumatorilor

Legea nr. 296/2004 privind Codul consumului prevede în art.5 litera d) ca unul din obiectivele statului, care se realizează prin organismele sale de specialitate, este acela de a educa consumatorii în calitatea pe care aceștia o au. Capitolul VI intitulat "Cadrul general privind obligativitatea informării și educării consumatorilor", unde sunt precizate modalitățile practice de realizare a educației consumatorilor. Statul are ca obligație realizarea și încurajarea programelor care au ca finalitate informarea consumatorilor. Astfel educarea consumatorilor "poate deveni o parte din programul de învățământ sau o componentă a obiectivelor de studii, concretizată prin colaborarea instituțiilor de învățământ cu autoritățile administrației publice, cu atribuții în acest sens". Este prevăzut faptul că programele de educare și informare a consumatorilor trebuie să aibă în vedere:

- a) legislația referitoare la protecția consumatorilor;
- b) sănătatea, alimentația, prevenirea achiziționării de produse alimentare falsificate;
- c) riscurile produselor;

d) interesele economice ale consumatorilor la achiziționarea deservicii, inclusiv a celor financiare;

e) etichetarea produselor, cu precizare informațiilor necesare consumatorilor;

f) informații despre dificultăți și măsuri de rezolvare a acestora, preturi, calitate, condiții de creditare;

g) protecția mediului, după caz.

Dreptul la informare. Dreptul consumatorului de a fi informat, nu are un caracter strict patrimonial, dar, prin efectele pe care le produce, dobândește valente din punct de vedere pecuniar. Titular al dreptului la informare este consumatorul, agentului economic revenindu-i obligația de a furniza primului toate elementele necesare pentru ca decizia pe care o va adopta să corespundă nevoilor sale. Așa cum este reglementat de O.G. nr. 21/1992, este greu de crezut că efectul acestui drept se va concretiza în educarea consumatorului. Mai lesne este de acceptat ideea că educarea consumatorului cade în sarcina asociațiilor pentru protecția consumatorului, care cu structuri ale societății civile, au menirea de a conștientiza și polariza interesele de grup ale consumatorilor.

Importanța acestui drept a fost reliefată chiar de către Consiliul Europei care a inclus în cartea de protecție a consumatorilor din 1973, "dreptul consumatorilor la informare", fiind totodată și în programul preliminar al Comisiei Europene pentru o politică de protecție și informare a consumatorilor din 1975. Obligația de informare și dreptul la informare dobândesc conotații și asupra condițiilor de validitate ale actului juridic civil, dar efectele lor sunt mult mai largi, determinând chiar alegerea pe care o va face consumatorul.

Dreptul de informare al consumatorilor nu poate fi realizat decât dacă există obligația producătorilor de a le furniza informațiile necesare despre bunuri și servicii. Obligația de informare nu trebuie confundată cu publicitatea. Aceasta nu are scopul de informare, ci de a atrage atenția publicului.

Se poate considera că dacă publicitatea este corectă și nu tendențioasă ea nu trebuie interzisă. Dar dincolo de dorința de a atrage cât mai mulți clienți, producătorii au obligația de a furniza o informație obiectivă consumatorilor. Legea a impus, în dorința de a restabili o oarecare egalitate contractuală și de a facilita jocul concurenței, o obligație de informare în sarcina producătorului. Obligația generală de informare din partea agenților economici este prevăzută în O.G. nr. 21/1992: "Producătorul trebuie să informeze despre denumirea produsului, denumirea și/sau marca producătorului, adresa producătorului, cantitatea și după caz, termenul de garanție, de valabilitate sau data durabilității minime, principalele caracteristici tehnice și calitative, compoziția, aditivii folosiți, despre eventualele riscuri previzibile, modul de utilizare,

manipulare, depozitare, conservare sau păstrare, despre contraindicații precum și despre valoarea nutritivă a produselor alimentare preambalate și despre țara producătoare în cazul produselor de import"(art, 20 alin. 1).

"Toate informațiile privitoare la produsele și serviciile oferite consumatorilor, documentele însoțitoare, precum și contractele formulate trebuie să fie scrise în limba română, indiferent de țara acestora, fără a se exclude prezentarea acestora și în alte limbi." Informațiile asupra prețului și caracteristicilor produselor și serviciilor au o dublă semnificație. Pe de o parte ele ocrotesc transparența pieței și contribuie la eficacitatea concurenței, iar pe de altă parte permit consumatorului să ia o decizie în cunoștința de cauză. Dreptul la informare este reglementat și de legea nr. 296/2004 privind codul consumului care în articolul 44 prevede obligația agenților economici de a informa complet, corect și precis consumatorii asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor inclusiv a serviciilor financiare oferite de către aceștia în cadrul activității lor profesionale. Scopul informării este acela de a conferii posibilitatea consumatorului să ia o decizie în conformitate cu interesele sale iar după momentul dobândirii bunurilor și serviciilor acestea să fie utilizate în deplina siguranță și securitate. Dispoziția legală realizează o conexiune între dreptul la informare și dreptul de a fi protejați în privința riscului de a achiziționa un produs sau un serviciu care poate fi periculos. Legiuitorul precizează și modalitatea practică în care se realizează acest drept, adică prin precizarea elementelor de identificare și caracterizare ale produselor, serviciilor, înscrise la vedere în mod vizibil, lizibil și ușor de înțeles. Aceste informații trebuie înscrise pe eticheta produsului, ambalajului de vânzare sau în cartea tehnică, în instrucțiunile de folosire, ori în orice alt document, care însoțește produsul sau serviciul în momentul în care el este dobândit de consumator. Dacă produsele pot deveni periculoase prin utilizarea lor de către utilizator, aceștia trebuie să fie avertizați asupra riscurilor la care sunt supuși prin folosirea normală sau previzibilă a bunurilor. Obligația generală de informare se metamorfozează într-o obligație specială atunci când textul de lege impune obligativitatea etichetării produselor și în condițiile în care ea are loc. Deși O.G.21/92 impune obligația etichetării, dispoziția este generală, fiind completată prin dispozițiile altor acte normative în domeniu, date chiar în baza aplicării dispozițiilor ordonanței. De asemenea Legea nr. 296/2004 privind Codul consumului cuprinde dispoziții cu privire la etichetarea produselor, în anexa dând definiția termenului de eticheta în concepția legiuitorului român aceasta este orice material scris imprimat, litografiat, gravat, sau ilustrat care conține elemente de identificare a produsului și care însoțește produsul sau este aderent la ambalajul acesteia. Prin termenul de eticheta se înțelege "orice material scris

imprimat, litografiat, gravat, sau ilustrat care conține elemente de identificare a produsului și care însoțește produsul." [4]

Etichetele trebuie să cuprindă informații clare și ușor de înțeles cu privire la caracteristicile produsului și a eventualelor riscuri la care se pot supune consumatorii consumând un astfel de produs. Eticheta unui produs alimentar trebuie să cuprindă în mod obligatoriu următoarele date: - denumire produs; - lista ingrediente; - cantitatea ingredientelor; - cantitatea netă pentru alimentele preambalate; - data durabilității minimale sau data termenului limita de consum; - condițiile de depozitare sau de folosire dacă este cazul - denumirea și sediul producătorului sau al ambalatorului ori distribuitorului dacă este un produs importat atunci se va trece numele și sediul importatorului sau ale distribuitorului înregistrat în România; - în anumite cazuri locul de origine sau de proveniența al alimentului, dacă este cazul instrucțiuni de utilizare; - concentrația alcoolică; - alte mențiuni suplimentare pe care legiuitorul le impune pe grupe de produse; Scopul etichetării este acela de a aduce la cunoștința consumatorului caracteristicile esențiale ale produselor pentru ca alegerea pe care o va face să fie în cunoștința de cauza și mai ales să fie ferit de riscurile pe care le-ar provoca alegerea unui produs care este propriu pentru cerințele sau pentru nevoile sale. Nerespectarea dispozițiilor prezentei hotărâri constituie contravenție, iar constatarea și sancționarea contravențiilor se face și de către persoanele împuternicite în acest sens de către Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului. [5]

Ambalajul – factor al calității și competitivității alimentelor procesate

Dezvoltarea și perfecționarea activității în domeniul tehnicii și economiei ambalajelor se impune astăzi ca o necesitate obiectivă datorită dezvoltării și diversificării producției și a consumului de bunuri, sporirii participării la schimburile internaționale, precum și promovării formelor rapide și eficiente de servire în comerț.

Ambalajele sunt considerate astăzi un element de strategie a întreprinderii în comercializarea produselor sale.

Pentru ca un ambalaj să fie corespunzător, el trebuie să îndeplinească o serie de condiții indispensabile promovării cu succes a unui produs ambalat pe piață, condiții care presupun performante, sub aspect material (protecție fizico - mecanică, chimică), cât și sub aspect subiectiv, legat de motivația cumpărătorilor, de preferințele lor.

Ambalajul îndeplinește funcția de protecție și conservare, ușurează manipularea, transportul, depozitarea și desfacerea produselor, precum și promovarea vânzărilor.

Problemele de ambalare sunt deosebit de complexe datorită diversificării materialelor folosite, varietății produselor ce trebuie ambalate, mulțimii metodelor și mașinilor de ambalare și de confecționare a ambalajelor, numărului mare al accesoriilor de protecție și prezentare și diversității condițiilor de transport.

Ambalarea produselor constituie, alături de procesul de transport și de depozitare, o condiție prealabilă a realizării actelor de vânzare –cumpărare a mărfurilor. Procedul ambalării prezintă implicații complexe, care încep cu producția, deoarece ambalarea este o fază intrinsecă a procesului de producție și continuă până la procesul de consum, care are loc la beneficiar.

Pe parcursul procesului complex: producție –circulație –consum, produsul alimentar poate fi supus acțiunii unor factori interni și externi, a căror prezență generează uzură fizică și morală.

„Uzura fizică” a mărfurilor se referă la degradarea mărfurilor ca urmare a acțiunii factorilor fizici, chimici, biologici.

„Uzura morală”, se referă la scăderea interesului consumatorilor, ceea ce duce la încetinirea procesului de vânzare. Ambalajul reprezintă unul dintre factorii care au menirea de a crea condiții în ceea ce privește frânarea uzurii fizice, și a celei morale.. Preambalarea alimentelor a devenit o necesitate socială tot mai evidentă a societății moderne, alimentația oamenilor ajungând să depindă aproape exclusiv de hrana preparată parțial sau integral de o industrie consacrată acestui scop.

Ambalajul trebuie să reducă la minimum posibil pagubele provenite din riscurile de manipulare, încărcare, descărcare, transport, depozitare, distribuție sau cauzate de factorii climatici, chimici, fizici, biologici.

Alături de caracteristicile funcționale, care asigură păstrarea calitativă și cantitativă a produselor, ambalajul trebuie să corespundă și din punct de vedere economic.

Sub aspect economic, ambalajul poate fi apreciat ca un produs finit oarecare, în care s-au investit importante cheltuieli materiale și de producție.

Un ambalaj ideal trebuie să protejeze bine produsul, să fie ușor și ieftin, iar caracteristicile sale tehnice trebuie să faciliteze operațiile de manipulare, transport și stocare și să reprezinte un instrument eficient de marketing [6].

De aceea, ambalajul trebuie să creeze imaginea calității produsului conferită de soliditate, greutate redusă, durabilitate și eficiență în utilizare, iar concepția estetică de ansamblu să promoveze produsul, să pună în valoare marca, să permită o rapidă și corectă citire, fără să dea naștere la confuzii.

Bibliografie

1. Legea privind codul consumului: legea nr. 296/2004 Monitorul Oficial partea 1 nr. 224, 24 martie 2008
2. [www.http://eur-lex.eu](http://eur-lex.eu)
3. Ordonanța nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor 28 martie 2007
4. [https://www. Bizlaw.me/2018/01/02/informarea-consumatorului-in-privinta-produselor-alimentare](https://www.Bizlaw.me/2018/01/02/informarea-consumatorului-in-privinta-produselor-alimentare)
5. https://gradu.ro/referate/marketing/protecția_consumatorului_in_românia_-406086
6. www.etichete.com/regulii%20produse.htm.